

Danone, Decathlon e Nestlé Chocolates juntam-se à Too Good To Go

16 de Outubro, 2020

A Danone, Decathlon e Nestlé Chocolates, juntam-se ao movimento de sensibilização de combate ao desperdício alimentar: a Too Good To Go. Esta aplicação tem-se revelado uma alternativa forte e muito útil para estabelecimentos e empresas que têm excedente alimentar e que o pretendem prevenir, canalizando-o para soluções que permitam evitar ou reduzir o desperdício ao máximo.

A marca, certificada com o selo “B Corp”, conta assim com o apoio e parceria de grandes grupos do retalho e distribuição: marcas como a Danone, Decathlon e Nestlé Chocolates juntam-se aos mais de 1.700 parceiros da aplicação, lê-se no comunicado da Too Good To Go. Também um leque de grupos de áreas e dimensões diversificadas como a Auchan, Intermarché, Meu Super, Aloma, Bananacafé, Padaria da Esquina, Las Ficheras, Copenhagen Coffee Lab, Cookies Bakery, Chickinho, Trigo D’Aldeia, O Moço dos Croissants, entre muitos outros, já aderiram ao movimento global de luta contra o desperdício alimentar, da Too Good To Go.

Leandro Sá, líder de sustentabilidade Decathlon Portugal, refere em comunicado que “a parceria com a Too Good To Go tem sido um sucesso junto das nossas equipas e clientes, temos recebido inúmeros feedbacks positivos. E as lojas dos Açores e Madeira, aguardam ansiosamente pela activação nas ilhas”

A Danone, Decathlon e Nestlé Chocolates disponibilizam assim, na aplicação, uma selecção dos seus produtos a uma comunidade de mais de 350 mil utilizadores conscientes da importância e impacto do seu papel, enquanto consumidores.

A Decathlon Portugal, assume o compromisso com a Too Good To Go em 32 das suas lojas, sendo que a intenção é também expandir às Ilhas. As Magic Boxes serão uma selecção de excedente de nutrição desportiva e o horário de recolha é bastante alargado, pode ser consultado na aplicação e varia consoante as lojas e respectivos horários de expediente. Os utilizadores da aplicação já salvaram, até à data, mais de 200 Magic Boxes nas lojas Decathlon.

A Danone abraça este desafio da Too Good To Go com pick-up points em Lisboa e Porto. A norte, no Porto Charme Hotel – os utilizadores podem reservar e recolher Magic Boxes de iogurtes, das 16h30 às 19h30. E em Lisboa, junto ao Marquês do Pombal, podem fazê-lo na Frezco, numa loja com horários bastante alargados. As magic boxes da Danone são as primeiras de iogurtes e leites fermentados a estarem disponíveis na Too Good To Go. Desde o início desta parceria, que os utilizadores já ajudaram a salvar mais de 1000 magic boxes Danone.

A Nestlé Chocolates junta-se com pick-up points disponíveis em Lisboa e Porto. Sendo o local do Porto, o mesmo da Danone, no Porto Charme Hotel –

sítio onde os utilizadores da aplicação podem salvar Magic Boxes de chocolates, também num horário alargado das 16h30 às 19h30. Em Lisboa o pick-up point pode ser feito perto do Marquês de Pombal e em Alvalade, ambas as lojas também com horários bastante alargados. Os utilizadores da aplicação já salvaram, à data, mais de 150 Magic Boxes em Lisboa e mais de 450 no Porto.

Sendo o desperdício alimentar e as suas consequências ambientais, um problema verdadeiramente transversal, independentemente do tipo de cozinha, estabelecimento, empresa ou tipo de negócio, a necessidade de o reduzir em todas as frentes é uma das principais motivações da Too Good To Go. A marca assume um movimento que pretende lutar contra o desperdício alimentar, trabalhando com base em quatro pilares: famílias, empresas, escolas e regulação política. E que se materializa, enquanto solução, na aplicação contra o desperdício alimentar, que tem vindo a ganhar expressão e peso no mercado português, à semelhança do que acontece nos 15 países em que a marca está presente (Europa e EUA).

Para a Too Good To Go a parceria com a estas marcas de peso no mercado nacional, representa um dinamismo de mercados que a empresa pretende alcançar. Com estas parcerias a Too Good To Go pretende também criar oportunidades para abrir canais de discussão fomentando uma consciência generalizada, para a importância deste problema com consequências, também, ambientais, e da sua prevenção nos diversos momentos da cadeia alimentar, desde a produção ao consumo final.

Para Madalena Rugeroni, country manager da Too Good To Go Portugal *“estas parcerias mostram a verdadeira transversalidade não apenas do problema do desperdício alimentar, mas também da solução que a nossa empresa disponibiliza. Um dinamismo que se relaciona não apenas com a oferta e diversidade de produtos, disponibilizados aos utilizadores da aplicação, como também se assume como mais um reconhecimento da relevância e impacto da marca”*.